

<原著論文>

血液型性格分類はどのような過程で採用されるか

- 児童へのアンケート調査から -

By what process is the blood-typing adopted?

- A questionnaire for children -

中林 幸子¹

要 旨

血液型性格分類は「科学的根拠がない」という枕詞を冠しながら、人びとに広まっている。「科学的根拠がない」にもかかわらず、なぜ血液型性格分類の話を夢中になってしたり、本気で信じたりする人がいるのだろうか。本稿では、マス・コミュニケーション効果論の観点から小学4年生の児童（東京都、茨城県の計343名）にアンケート調査を行い、彼らが、血液型性格分類を採用していく過程で、何から（もしくは誰から）影響を受けているのかを探った。具体的には、血液型性格分類についての情報をどこから入手して自らの知識としたのか、何（あるいは誰）の影響で血液型性格分類を信じるに至ったのか、血液型性格分類を応用した行動を実際にとったことがあるかである。

結果、以下の4点が明らかになった。①児童は血液型性格分類に関する情報を、マス・メディアと人（パーソナル・メディア）の双方から得ている。②行動レベルにおいて、マス・メディアよりもパーソナル・メディアの影響の方が強い。③準拠集団へ強い帰属意識を持つ者は、その集団の持つ血液型性格分類への信念と自身の信念が強く相関している。④血液型性格分類を信じていないがそれに基づいた行動をとる者が存在する。

キーワード：血液型性格分類, 児童, マス・コミュニケーション効果論, アンケート調査, パーソナル・コミュニケーション
blood-typing, children, media influence, questionnaire, personal communication

1. 緒 言

血液型性格分類は1910年にドイツで発生し、1916年に日本に輸入された説である。1927年に古川竹二によって日本に特有の考えが作られて以来、およそ10年に1度、ブームを繰り返しながら日本に広まり続けている¹⁾。本稿では、血液型性格分類がどのように国内で浸透しているかを概観し、それが科学的根拠を持たないと言われていることを述べたのち、日本における血液型性格分類の伝播についての先行研究を挙げる。その上で、先行研究との違いを述べながら本研究の目的をまとめる。さらに、小学4年生の児童を対象に行ったアンケート調査結果から、血液型性格分類の伝播の様子を検証する。

1.1. 背 景

近年の血液型性格分類のブームは、2004年と2008年に起こった。

2004年、テレビ局がこぞって血液型性格分類を扱った番組を放映したⁱ⁾。「血液型のせいではじめや差別にあった」「学者がコメントを寄せるなど、科学的根拠があるように構成された番組になっている」との意見が視聴者から多数寄せられたことから、2004年12月には放送倫理・番組向上機構（BPO）が「血液型を扱う番組」に対する要望²⁾を提出し、それ以降、テレビで血液型性格分類を扱う番組は激減した。

2008年には書籍『B型 自分の説明書』^{3) ii)}などの「自分の説明書シリーズ」が年間ベストセラーの上

1 Yukiko NAKABAYASHI 千里金蘭大学 現代社会学部 現代社会学科 受理日：2011年10月25日

i 上村とサトウ(2006)は、2004年2月21日から約1年間、血液型性格分類を扱った関西地区のテレビ番組を録画収集した（ワイドショーの一部である血液型占いのコーナーは対象から除外）。収集された番組は62本に上る。

ii この本の「さいごに」には、以下の文章があり、血液型性格分類が絶対的なものではないと示唆している。
「これがB型のすべてではありません。B型だけに当てはまることでもありません。B型だからこうというわけでもありません。」

位^{4) iii}になったり、マガジンハウス社の女性週刊誌『an・an』は年に1回程度、血液型に関する特集号を発行したりするなど^{iv}、血液型性格分類は話題になり続けている。

2011年7月4日には松本龍前復興担当相が、東日本大震災の被災地である岩手・宮城良県知事への言動について釈明する際、「わたしはちょっとB型で、短絡的なところがあって、反省しなければならないと思っています」と述べた。このことは日本のみならず各国のニュースで取り上げられるなどし^{5) 6)}、「大臣が不祥事を自身の血液型のせいだと正当化した」「日本人は血液型で性格が決まっている」と話題となった。

1.2. 血液型性格分類を取り上げる目的

血液型性格分類は、占いの一部として扱われることがある。しかし、他の占いとは異なり、医学などの科学的な根拠を持っているかのように説明されることが多々ある^v。実際には血液型性格分類は、科学的には証明されておらず、また間違っているという断定もできていない。科学でも非科学でもないグレーなところ、いわば疑似科学にカテゴライズされよう。「正し」くも「間違っ」てもないこの事象が、人びとにどのように信じられる（または信じられない）のだろうか。信じられる（または信じられない）ようになるには、何が影響しているのだろうか。本稿ではこの理由の一端を明らかにすることを目的とする。

1.3. 先行研究

血液型性格分類に関する研究は、あらゆる分野に存在する。たとえば、心理学的観点から血液型と性格との関連を検証してその関連性を否定したもの⁷⁾や、占いの一種として血液型性格分類を取り扱い、それがなぜ人びとに「当たっている」と思われるのか検討したもの⁸⁾などがある。後者の研究は、占いを信じる要因を調査するにあたり、素材のひとつとして血液型性格

分類を用いている。

前節で述べたとおり、本稿では疑似科学であるか否かという視点から、血液型性格分類と占いは別のものと捉える。そのため、ここでは血液型性格分類をメインテーマ（あるいはそのひとつ）として据えている先行研究を挙げる。

伊藤哲司は1996年に、愛知県名古屋市と茨城県日立市のある二つの小学校の、3年生から6年生の児童634名を対象にアンケート調査を行い、「血液型でどんな人であるかわかると思う」か尋ねている（図1）⁹⁾。

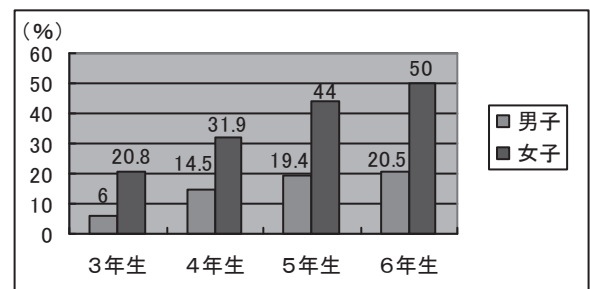


図1 「血液型でどんな人であるかわかると思う」に「はい」と答えた割合
(伊藤,1996をもとに作成)

また佐藤達哉は、自身が行ってきた中学生や成人を対象とした各種の調査や、上述の伊藤の調査をふまえて、血液型性格分類に興味がある人の割合や信じる人の割合が、年齢が上がるにつれて増加していると主張する。そしてその理由を、2点挙げて説明している^{10) vi}。ひとつ目は、錯覚のしやすさである。ある特定の血液型の性格について述べていても、実際はどの血液型にも、どんな人にも当てはまるような曖昧な言葉で表現されることが多い。しかし人びとは特定の血液型（主に本人の血液型）の部分の特に視聴するため、血液型性格分類が「正しい」と錯覚してしまうと佐藤は述べる。二つ目は、周りの人が信じていることに影響されて、その人もまた信じるようになるという、社会環境の影響である。

以上2点から佐藤は、人びとが血液型性格分類を信じるようになる」と述べる。

iii トーハン調べで『B型 自分の説明書』は総合第3位、『O型 自分の説明書』は同4位、『A型 自分の説明書』は同5位、『AB型 自分の説明書』は同9位であった。

iv 過去5年間のものとしては、2007年8月22日発行（No.1573）の『超最新版！血液型でわかる本当のあなた』、2008年8月8日発行（No.1622）の『最新版 血液型スーパーBOOK』、2009年8月7日発行（No.1671）の『血液型の真実』、2010年4月23日発行（No.1706）の『血液型で、恋は決まる！』、2011年4月6日発行（No.1753）の『血液型が告げるあなたの真実』がある。

v 「他の占い」のひとつとして占星術がある。占星術のルーツは科学的根拠を持っている。しかし、現代の占星術は科学ではない。

vi 佐藤は占星術と血液型性格分類の違いにも言及している。占星術は人生の質（運勢）を判断するものであり、現在または将来の自分のあり方を予想する枠組みを提供するものである。一方、血液型性格分類は人の性質を判断するものであり、自分や他人を見る枠組みを提供するものであると佐藤は述べる。

1.4. 先行研究と本稿との違い

伊藤による先行研究は、児童に血液型性格分類についてのアンケートを行い、信じている割合を性別や学年ごとに明らかにした、児童心理学分野の研究である。伊藤によると、血液型の話は友だち (14.6%)、両親 (11.6%)、本や雑誌 (7.8%) などから得ている。しかし彼は、これらの話が血液型性格分類を信じる (もしくは信じない) きっかけになったものかどうかについては論じていない。また、本や雑誌が挙げられているものの、テレビ番組については言及がない。これは調査時期の問題と推察される。佐藤は、信じる要因は「周り」の影響が大きいとし、具体的には新聞や雑誌、周囲の人を挙げている。ただしこれらを纏めて示すのみで、その内実については詳述していない。

本稿では、血液型性格分類を信じる要因、つまり、どこから血液型性格分類という考えを認知して関心を持ち、そして信じるようになったのか、というところに重きを置く^{vii}。これらに影響を与えるものは、周囲の人びと (身近な人、友だちなど) の他にも、テレビや雑誌といったマス・メディアも考えられる。

そのため、本稿で基盤とする研究分野は児童心理学ではなくマス・コミュニケーション効果論とする。この観点から、血液型性格分類を信じている段階を認知・関心・評価・行動の4段階に分けた (次節で詳述)。この4段階をもとに血液型性格分類にまつわる質問項目を立てたアンケート調査を実施することで、何 (あるいは誰) の影響を受けて血液型性格分類を信じるに至るのかをより深く探った。さらに本稿では、その影響源が人である場合、被調査者にとってその人が準拠集団に属する人物かどうかといった知見をも含めて論を進める (2. 4. で詳述)。

1.5. マス・コミュニケーション効果論

マス・メディアが人びとにもたらす効果を探求している学問分野が、マス・コミュニケーション効果論である。本稿では、マス・コミュニケーション効果論のひとつの理論であるRogersの普及過程論 (Diffusion of Innovation) の一部、採用過程 (the Adoption

Process) の概念に立脚して論を進める¹¹⁾。

Rogersの普及過程論は、新しいアイディア (イノベーション) が社会に浸透していく過程を、二つのモデルを用いて明らかにしたものである^{viii}。ひとつは集団に新しいアイディアが広まっていく様子を明らかにした、社会レベルでの「普及過程」である。これは「伝播過程 (the Adoption of an Innovation)」とも呼ばれる。もうひとつは、個人が新しいアイディアを取り入れる様子を明らかにした、個人レベルでの「普及過程」である。これが「採用過程」である。

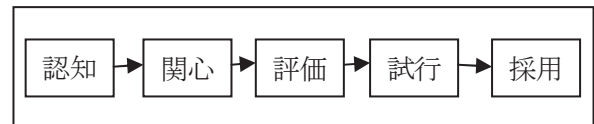


図2. 普及過程理論における採用過程のモデル
(田崎, 児島, 1996¹²⁾ をもとに作成)

採用過程では、新しいアイディアが個人に認知されて行動に取り入れられるまでの意思決定の過程を、五つの段階に分類して説明している (図2)。五つとは、認知 (Knowledge)・関心 (Persuasion)・評価 (Decision)・試行 (Implementation)・採用 (Confirmation)^{ix}の各段階である。

認知の段階は、個人が新しいアイディアに接触する段階である。この段階では、新しいアイディアについての完全な情報を獲得するまでには至らない。関心の段階に移ると、人は新しいアイディアについてのもっと詳しい情報を求めようとする。さらに、その良し悪しなどを評価するのが、評価の段階である。次に人は、その効用を決定するために、小規模の形で試してみるという試行の段階に入る。そして最後に、新しいアイディアを使うことを決定する採用の段階がある。

この5段階のうち、認知段階ではマス・コミュニケーションが相対的に重要であり、関心段階ではパーソナル・コミュニケーション^xが相対的に重要であると言われている。

本稿では、血液型性格分類が集団に広がる過程ではなく、個人に採用される過程をみるため、この採用過程のモデルを適用させた。採用過程のモデルを適用したもうひとつの理由に、血液型性格分類の説の特徴がある。血液型性格分類は1. 2. で述べたよう

vii 血液型性格分類が人びとに伝播する過程をみるにあたり、信じる要因や信じるようになった過程と併せて、信じない要因や信じないようになった過程も検討課題である。しかし本稿では紙幅の都合上示すことができなかった。

viii マーケティング論で購買行動を説明する際や、社会心理学で流行の広がりを説明する際に用いられる理論としても知られる。

ix 日本語訳は田崎、児島 (1996) のものを採用した。ほかに知識・態度・決定・実行・確信と訳されていることもある。

x パーソナル・コミュニケーションとは、パーソナルなコミュニケーション、つまり人とコミュニケーションをとることによって何か情報を得ることを意味する。

に、「正しい」とも「間違っている」ともされないアイデアである^{xi}。これは、「正しい」とされるアイデアや「間違っている」とされるアイデアに比べ、人びとに採用されるまでに時間がかかると推察される。さまざまな言説が溢れているからである。これは換言すれば、他のアイデアに比べて、採用過程の1つの段階に長期間とどまっている者が多いと考えられることになる。

よって、先行研究でみられるように単に血液型性格分類を信じている人の割合を測定したり、信じるに至った要因を探るだけでは、採用過程の認知や関心、試行や採用の段階にいる人びとを扱うことができない。採用過程を丁寧に追うこと、すなわち血液型性格分類をどの段階まで採用しているのか、それぞれの段階に至ったのは、何（もしくは誰）が原因であるかをみることは、血液型性格分類の研究において有益であると考えられる。ゆえに、本稿では採用過程を用いた。採用過程を援用するにあたり、試行段階と採用段階はいずれも実際に行動するという観点から、これらをまとめて「行動段階」とし、4分類とした（図3）。

つまり、本稿で用いる採用過程の段階は、以下の4段階である。

認知：マス・メディアやパーソナル・コミュニケーションによって、血液型性格分類という考えがあることを知る。

関心：マス・メディアやパーソナル・コミュニケーションから、血液型性格分類についてより詳しい情報を求めようとする。

評価：血液型性格分類を信じるという判断を下す。

行動：いじめ、からかい、友だちとの相性を占うといった、血液型性格分類に基づいた行動を行う。

以降、認知段階に影響を与えるもの（もしくは人）を認知源、関心段階に影響を与えるもの（もしくは人）を関心源、評価段階に影響を与えるもの（もしくは人）を評価源、行動段階に影響を与えるもの（もしくは人）を行動源、これらを総称して影響源と記述する。

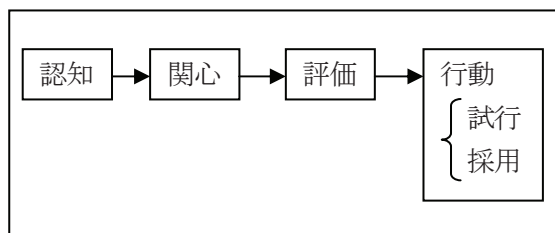


図3. 本稿の採用過程モデル

1.6. 本稿の目的

本稿では、以下のように目的を設定した。

血液型性格分類において、採用過程のどの段階で、マス・コミュニケーションとパーソナル・コミュニケーション、いずれの影響が大きいのか。

段階が進むにつれて、影響源であるパーソナル・メディアとマス・メディアの影響の比重が変わるか。

2. 方 法

本章では、被調査者、調査方法、調査目的、調査内容、調査日、調査時間といった調査概要について述べる。

なお、本調査は筆者の修士論文執筆時の調査であるが、影響源の比重の比較を各段階間で行うという分析方法は、修士論文では行っておらず、今回改めて分析し直したものである。

2.1. 被調査者

調査対象は、東京都と茨城県にある国公立小学校各1校の小学4年生、計343名である。調査当日に登校した4年生の児童全員に実施した。

当時の筆者の調査しうる範囲において可能な限りで、人口規模や密度などといった地域による偏りを低減するため、東京都と茨城県の2か所の小学校を選定した。

また、上述の伊藤の調査によると、血液型性格分類を信じる児童の割合は小学3年生から6年生にかけて増加している。特に小学6年生の女子は、成人女性と同程度の割合のおよそ50%が血液型性格分類を信じている。

よって、小学6年生より下の学年の児童ほど、飽和状態に遠いと考えられる。各段階にとどまっている者が一定数おり、各段階の影響源も調査可能であると推測する。一方で、年齢が下がるにつれてアンケート調査の質問文の理解度及び回答の正確度は下がることも考慮しなければならない。以上のことから、二つの考慮要因の均衡点として、小学4年生を被調査者として選定した。

被調査者の内訳は表1のとおりである。

xi 採用過程で観測される新しいアイデアは、本来その正邪を問わない。

表1 被調査者の内訳 (人)

	男	女	計
東京都	78	77	155
茨城県	95	93	188
計	173	170	343

2.2. 調査目的

本調査は、採用過程の各段階に、マス・コミュニケーションとパーソナル・コミュニケーションがどのように影響を与えているのかを探ることを目的とした。血液型性格分類に影響を与えるマス・コミュニケーションとパーソナル・コミュニケーションにはどのようなものがあるのかを調べることも目的のひとつである。

2.3. 調査方法

調査は直接記入式のアンケート調査である。質問項目 (全10問) を両面に印字したA3用紙3枚にわたる調査用紙を配布し、そこに回答させる形式をとった。

被調査者が小学4年生であるため、難解な単語を使わないこと、漢字には振り仮名をふること、フォントを大きくすることといった工夫を凝らした。

2.4. 調査内容

調査では、被調査者が認知・関心・評価・行動のどの段階にいるかを判断するための質問を1問ずつ、計4問行った。

認知：血液型と性格の関係 (「A型は○○という性格だよ」や、「B型だけ△△という性格じゃない」など) についての質問です。血液型と性格の関係について、だれかが言っているのを、聞いたことがありますか。何から聞いたことがありますか。(Q2)

関心：(几帳面といった性格が、どの血液型に当てはまるといわれているか尋ねた (Q3) 後) 人の特徴と血液型について、あなたの知っているものは、ありましたか。(Q4)

評価：血液型で、人の性格は、決まると思いませんか。(Q5)

行動：あなたが、友だちの血液型を知ったときを考えてください。あなたは、血液型の性格診断をもとにした、その友だちともっと仲良くなる方法に、挑戦しますか。(Q9)

関心の質問については、「知っているものはあった」「どれも知らなかった」のいずれかを選択させた。評価と行動の質問には、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」「わからない」といった5段階の選択肢を設け、単数回答式をとった。

次に、それぞれの段階の影響源を尋ねる質問をした。この質問ではマス・メディアとパーソナル・メディア両方を列挙した回答群を設け、複数回答させる形式をとった。回答がマス・メディアとパーソナル・メディアのどちらかに誘導したり偏ったりすることを回避するためである。なお、認知・関心段階の影響源を尋ねる質問は段階を尋ねる質問と同時に (Q2、Q4)、評価・行動の各段階の影響源を尋ねる質問 (Q6、Q10) は、段階の質問とは別立てで行った。

マス・メディアとして挙げた項目は、テレビ、本・雑誌、インターネット (パソコン・携帯電話)、テレビに出てきた人、その他 (自由記述) である。一方、パーソナル・メディアとして挙げた項目は、クラスの仲良しグループの友だち、クラスの仲良しグループ外の友だち、クラブの友だち、先生、クラス・クラブ外の同じ小学校の友だち、学校外の友だち、家族、携帯電話 (通話・メール)、交換日記、対面でのおしゃべり、その他 (自由記述) であった^{xii}。

特にパーソナル・メディアの中で、一口に家族やクラスの仲良しグループの友だちといっても、それぞれに対する思いは一人ひとり異なる。家族に強い帰属意識を持つ者もいれば、クラスの仲良しグループに強い帰属意識を持つ者もいる。このように、人が強い帰属意識を持つ集団のことを準拠集団という。家族から血液型性格分類についての影響を受けたと回答した被調査者の中でも、準拠集団が家族である場合と、準拠集団がクラスの仲良しグループの友だちである場合には、家族の位置づけが異なり、よって家族から受ける影響の度合いが異なるのではないか。この帰属意識がパーソナル・コミュニケーションの分析には重要であると考え、被調査者がどの集団にいるときに自分ら

xii テレビとテレビに出てきた人、学校内の友だちと交換日記といった、似たような意味合いでレベルの異なる項目が混在しているのは、選択肢を「人」と「物」に分類して提示したためである。つまり、「人」の項目には家族やテレビに出てきた人をおさめ (Q2 (1)、Q4 (1)、Q6 (1)、Q19 (1))、「物」の項目にはテレビや交換日記をおさめていた (Q2 (2)、Q4 (2)、Q6 (2)、Q19 (2))。

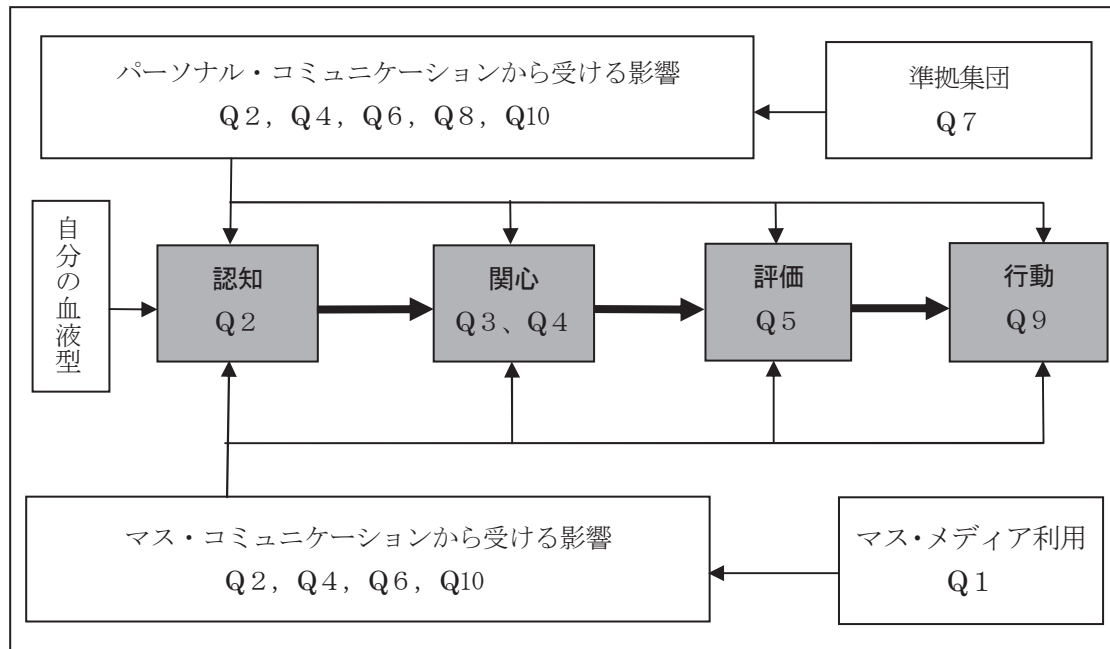


図4 調査の概念図

これらアンケート調査の質問項目の概念図は、図4のとおりである。網掛けの四角は各段階を、太字の矢印は段階間の流れを表す。網掛けの四角と太字の矢印は、図3ですでに示した本稿の採用過程モデルである。白地の四角は血液型性格分類の採用に影響を与える要因であり、細字の矢印は影響関係を示している。四角内に書かれた番号は質問番号である。

調査は2006年12月13日（東京都）と2006年12月15日（茨城県）に集合調査の形式で実施した。いずれも調査者が学校を訪問し、被調査者の回答に立ち会った。質問文や単語の意味が分からないといった被調査者からの質問には適宜対応した。調査時間は20分間であった。

3. 結果

本章では、アンケート調査の結果を述べる。単純集計結果と、人びとが血液型性格分類を信じる4つの過程である認知・関心・評価・行動の各段階で、影響源となったマス・メディアとパーソナル・メディアの比重を調査し、比較を行った結果を述べる。

3.1. 單純集計結果

ここでは、血液型性格分類の採用に影響を与える要因のうち、各段階に至る直接的な要因ではないもの、つまり被調査者自身の血液型、マス・メディア接触、準拠集団についての調査結果を述べる。

被調査者自身の血液型を尋ねた結果は、表2のとおりである。A型、O型がそれぞれ全体の30%を占め、それにB型、AB型が続く。

表2 被調査者の血液型 (S A)

血液型	件数 (人)	全体 (%)
A 型	109	31.8
B 型	62	18.1
O 型	104	30.3
A B 型	29	8.5
無 回 答	38	11.1
無効回答	1	0.3
計	343	100

日本赤十字社によると、日本人の血液型の発現率は、A型が40%、B型が20%、O型が30%、AB型が10%である¹³⁾。よって被調査者の血液型の調査結果は、一般的な日本人の血液型分布と同様とみてよい。

また、平日1日のメディア接触時間を、メディアごとに分けて尋ねた(表3)。

表3 平日1日のメディア接触

		利用あり (人)	平均利用 時間(分)
マス・メディア	テレビ (うち家族と視聴)	310 (297)	110.7 (95.1)
	本・雑誌	291	53.2
	インターネット	188	22.8
パーソナル・メディア	ケータイ	126	9.5
	交換日記	74	5.2

もっとも多く、かつ長時間の接触があったのはテレビである。1日のテレビ視聴時間は、31分から1時間の間と回答した者が最も多かったが、5時間以上との回答者も10人おり、平均で約110分となった。加えて、テレビを家族と一緒に視聴している時間を尋ねた。家族との視聴時間は平均95.1分となり、テレビは家族と一緒に視聴することが多いことが分かった。

本と雑誌をまとめて、1日の読書時間を尋ねたところ、平均で53.2分であった。これは教科書の読書時間を除いて回答させたものである。

インターネットの利用時間は、パソコンからの利用と携帯電話からの利用を区別せずに尋ねた。利用しない児童が半分以上を占め、平均で22.8分の利用時間だった。次に、インターネット利用を除いた携帯電話の利用時間、つまり携帯電話の通話機能とメール機能の利用時間を尋ねた。平均で9.5分であった。大半が利用していないと回答したが、3時間と回答した者も3名いた。

小学生に特有のコミュニケーション手段として、交換日記に費やす時間も尋ねた。交換日記は、主に女子児童が友だちと1冊のノートを共有して書きつづる日記である。男女問わず回答を求めたため、8割の児童が利用時間なしと回答した。平均所用時間は5.2分であった。

準拠集団は家族であると回答した者が全体の半数以上という結果となった(表4)。準拠集団を尋ねる質問の後、その集団の人びとは血液型性格分類を信じているかどうかを尋ねた。準拠集団1位も2位も、「みんな、血液型で人の性格が決まっている」と回答した者が全体の約10%、「みんなどちらかといえば決まっている」と回答した者が全体の30%弱、「みんなどちらかといえば決まらないと思っている」が全体の15%程度、みんな決まらないと思っていると回答した者が約10%であった。「わからない」と回答した者も35%ほど存在した。

表4 準拠集団

カテゴリー	人(%)
家族	174(50.7)
クラスの仲良しグループの友達	91(26.5)
クラス・クラブ外の、同じ学校の友だち	21(6.1)
学校外の友だち	15(4.4)
クラスの仲良しグループ外の友だち	11(3.2)
クラブの友だち	6(1.7)
先生	5(1.5)
その他	9(2.6)
無効回答	11(3.2)
計	343(100)

準拠集団を尋ねる質問の後、その集団の人びとは血液型性格分類を信じているかどうかを尋ねた。「みんな、血液型で人の性格が決まっている」と回答した者が全体の約10%、「みんなどちらかといえば決まっている」と回答した者が全体の30%弱、「みんなどちらかといえば決まらないと思っている」が全体の15%程度、みんな決まらないと思っていると回答した者が約10%であった。「わからない」と回答した者も35%ほど存在した。

3.2. 各段階の判定

被調査者が、血液型性格分類についての採用過程の認知・関心・評価・行動の4段階のうちのどの段階にいるかは、以下のように判定した。

まず認知の段階の判定は、当該質問において「聞いたことがない」を選択したものを「なし」、その他の選択肢を選択したものを「あり」とした。

関心段階の判定は、「知っているものがあつた」を選択したものを、「あり」と、「どれも知らなかった」を選択したものを、「なし」とした。

評価段階の判定は、当該質問において「決まると思

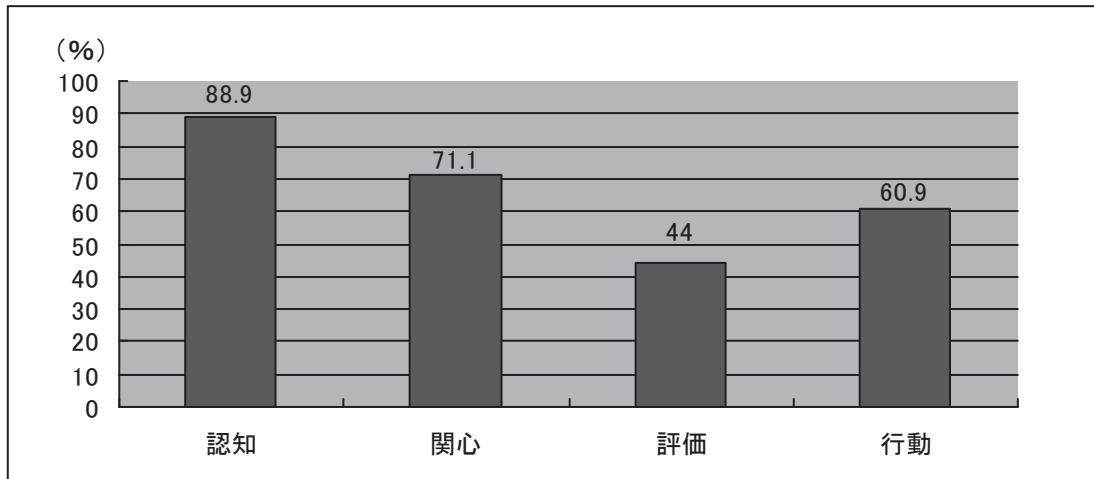


図5 各段階の判定

う」もしくは「どちらかといえば決まらと思う」を選択したものを、「あり」とした。それ以外を選択した者を、「なし」とした。

行動を見る場合、「挑戦する」もしくは「どちらかといえば挑戦する」を選択したものを、「あり」とし、それ以外を選択したものを、「なし」とした。

各段階で「あり」と回答した者の割合を図にしたものが図5である。認知段階で「あり」と回答した者、つまり血液型性格分類について何らかの情報を聞いたことがある者は301人（88.9%）であった。関心段階で「あり」と回答した者、血液型性格分類について「△型の人は〇〇という性格だ」と具体的に知っていた者は244人（71.1%）だった。評価段階で「あり」と回答した者、つまり血液型性格分類を信じているものは151人（44%）であった。そして行動段階で「あり」と回答した者、つまり血液型性格分類の考えをもとに、何らかの行動を実践してみる者は209人（60.9%）となった。

認知、関心、評価と段階が進むにつれて「あり」と回答した者は減少したが、評価段階と行動段階では、行動段階で「あり」と回答した者の方が、評価段階で「あり」と回答した者よりも多い結果となった（ $t(327)=4.43, p<.001$ ）。

4. 考察

ここでは、調査結果から明らかになったことを述べる。さらに、本研究の今後残された課題についてもまとめる。

4.1. 影響源と各段階の関係

影響源を調べる設問で挙げたマス・メディアとパーソナル・メディアの選択肢について、マス・メディアの項目のいずれかを選択した者を「影響源はマス・メディアである」とし、パーソナル・メディアの項目のいずれかを選択した者を、「影響源はパーソナル・メディアである」とした。

その後、影響源についてマス・メディアとパーソナル・メディアのいずれも選択していた者を「影響源は両方である」とし、マス・メディアもパーソナル・メディアも選択していなかった者を「影響源はない」とした。つまり最終的には、回答者を血液型性格分類の影響源という観点から「両方」「マス・メディアのみ」「パーソナル・メディアのみ」「なし」の4カテゴリーに分類した。

それぞれの段階における影響源について、主にカイ二乗検定により分析を行った。

4.2. 血液型性格分類の認知源

血液型性格分類という説の存在をどこから聞いたことがあると回答した者は、301人に上った。これは、被調査者全体の9割近くが、聞いたことがあると回答した計算になる。彼らに、どこ（あるいは誰）から聞いたのかを尋ねたところ、その認知源はマス・メディアのみと回答した者は20人、パーソナル・メディアのみと回答した者は114人であった。最も多かったのは、マス・メディアからもパーソナル・メディアからも聞いたと回答した者で、167人となった。

血液型性格分類という考えが存在するという情報は、マス・メディアとパーソナル・メディアの両方か

ら得るが、マス・メディアよりはパーソナル・メディアから得る者の方が多かった。

4.3. 血液型性格分類の関心源

続いて関心段階では、3.2. で述べたように「知っているものがあつた」と回答した者を「関心あり」とし、「知っているものがなかった」と回答した者を「関心なし」とした。しかしもう少し詳細にみていくために、ここでは、人の特徴と各血液型を、一般に言われているのと同じように回答した数（以下正答数とする）^{xiii}と、その関心源のかかわりから分析を行う。

アンケート調査では、神経質、自己中心的、大雑把、二重人格のほか、ダミーとして歌がうまいという項目も入れて質問を行い、回答は各血液型と、どれでもない、わからないという6つの選択肢から選ばせた^{xiv}。

質問で挙げた性格は順に、一般的にはA型、B型、

O型、AB型の特徴と言われているものである。そして、神経質、自己中心的、大雑把、二重人格という4つの性格について、一般に言われているのと同じように選択した者を正答数4と判断した。以下同様に、正答数3から0まで判断し、彼らは何を関心源としていたのかとクロス集計を行ったのが図6である。

正答数0のグループとその他のグループの間には、有意水準1%で差が見られたが、正答数1から正答数4の間には差は見られなかった。

さらに、表2で示した被調査者自身の血液型に関する正答率と、それ以外の血液型に関する正答率を比較したが、いずれも5%水準で差は見られなかった。

4.4. 血液型性格分類の評価源

評価源を尋ねる質問は、評価が「ある」と回答した者、つまり「血液型で性格は決まる」と回答した者と「どちらかといえば血液型で性格は決まると思う」と

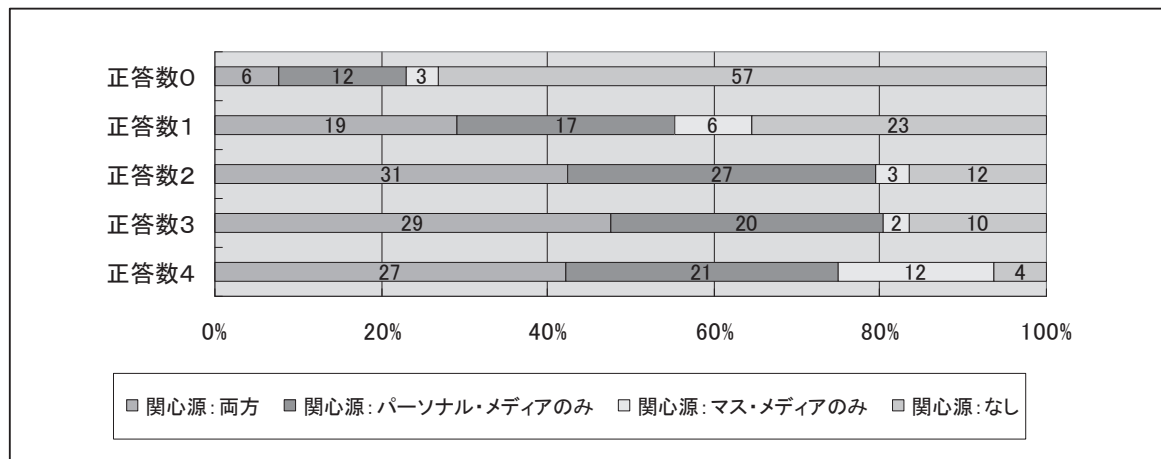


図6 血液型性格分類に関する関心段階のレベルごとに見た関心源

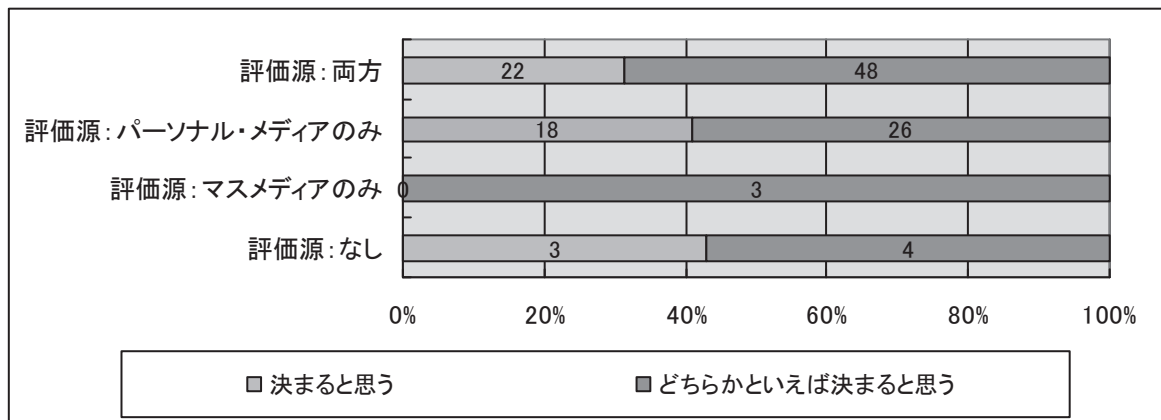


図7 評価源別にみた、血液型性格分類の評価

xiii 1.2. で述べたように、血液型性格分類には「正しい」も「間違っている」もないが、便宜的に正答数と呼んだ。

xiv 質問文は、「次のことは、ふつう、血液型で言うと、何型の人の特徴だと言われていますか？」であった。

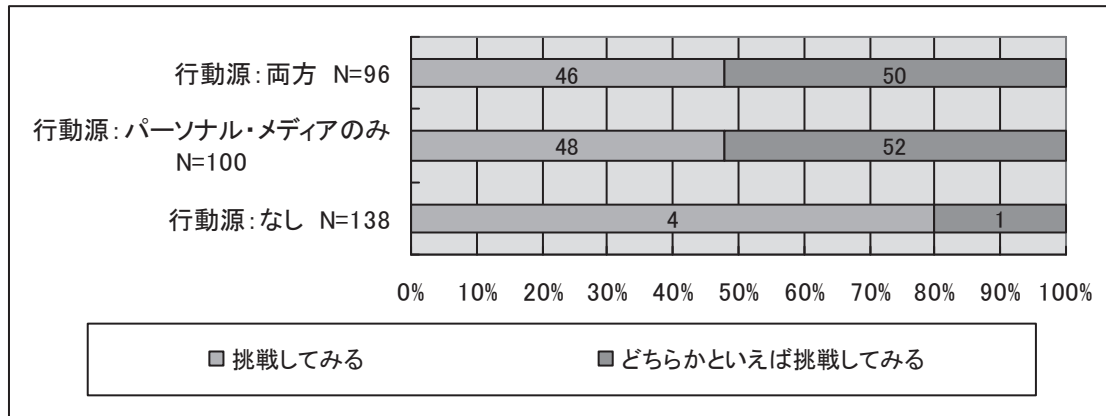


図8 行動源にみた血液型性格分類の行動

回答した者のみに行った。評価源をまとめたのが図7である。

有意水準5%で差は見られなかったが、「血液型で性格は決まる」との評価は、評価源がないと回答した者と評価源がパーソナル・メディアのみの者に多く見られた。続いてマス・メディアとパーソナル・メディアの双方となり、評価源がマス・メディアのみの場合には、「血液型で性格は決まると思う」と、強く評価を下した者はいなかった。

本調査からは断定はできないが、マス・メディアのみでは強い評価は生じないのではないかと考える。

4.5. 血液型性格分類の行動源

行動源を尋ねる質問も、評価源を尋ねる質問と同様、行動「あり」と回答した者に限定して行った。つまり、血液型性格分類に基づく行動を、「挑戦してみる」とした者と、「どちらかといえば挑戦してみる」と回答した者がその行動源を回答した。結果は図8のとおりである。

この段階において、行動源がマス・メディアのみという回答者は存在しなかった。行動源が両方であった場合と人のみであった場合の2つのカテゴリー間については、ほとんど差は見られなかった。

4.6. 血液型性格分類が採用される過程

当初、採用過程の各段階、認知・関心・評価・行動それぞれについて「あり」と回答する者の割合は、その段階が進むにつれ減少すると考えていた。まず血液型性格分類があるということを認知して、関心を持って知識として情報を得ようとし、知識が集まることで信じたり信じなかったりする評価を下し、信じた者が

最後に行動を起こすのが、自然な流れであろうと考えていたためである。

しかし調査の結果、図5のように認知・関心・評価までの段階は、段階を追うごとに「あり」が減少したものの、評価が「あり」とした者よりも行動の段階が「あり」とした者の割合の方が高かった。

これはつまり、血液型性格分類に関しては、信じていないもののそれに基づいて行動する者が、一定数いることを示している。

さらに行動の段階において特筆すべき点は、行動源が「マス・メディアのみ」と回答した者が存在しなかったことである。その他の段階では、その影響源について「マス・メディアのみ」と回答した者は少ないながらも存在しており、「マス・メディアとパーソナル・メディア両方」、「マス・メディアのみ」、「パーソナル・メディアのみ」と回答した者がそれぞれいた。

準拠集団が血液型性格分類について評価を下しているかという質問（3.1. で詳述）の結果と、被調査者自身が血液型性格分類に評価を下しているかを比較したところ、その集団が下した血液型性格分類への評価と自身の評価は有意水準1%で差が見られ、強く相関していることが判明した（表5）。

ただ、テレビを視聴している時間の大半が家族と一緒にであること、さらに準拠集団が家族と回答した者が多いことを考慮する必要がある。仮に準拠集団である家族が親の場合、小学4年生の児童にとって、親の影響は大きい。

以上のことから、いずれの段階においてもマス・メディアとパーソナル・メディアの双方の影響がみられたが、とくに血液型性格分類をもとに行動する段階においては、マス・メディアよりもパーソナル・メディアの影響の方が強かった、という結果が得られた。

さらに、血液型性格分類を信じていないにもかかわらず

表5 被調査者と準拠集団の評価

		被調査者の評価				
		決まると思う	どちらかと言えば決まると思う	どちらかと言えば決まらないと思う	決まるとは思わない	わからない
帰属集団の評価	決まると思う	18	9	2	3	1
	どちらかと言えば決まると思う	12	56	11	6	4
	どちらかと言えば決まらないと思う	6	5	25	11	2
	決まるとは思わない	0	3	2	27	3
	わからない	14	26	20	22	35

らず、血液型性格分類に基づいた行動をとる者が存在した。評価段階にいる者と行動段階にいる者の、いわば人数の逆転現象が、血液型性格分類が広まり続けている一因であるかもしれない。

以上2点の理由から、今回示した調査、分析をもとに、再度調査を行ってみたい。

文 献

4.7. 本研究の課題

調査当時、BPOが血液型性格分類に関するテレビ番組の規制を求める表明を出して日が経っていなかったため、テレビ等で血液型性格分類について取り上げる機会が減っており、そのため、テレビの影響が小さかったと思われる。現在ではBPOが表明を出してから日が経ったせいか、血液型性格分類を取り上げるマス・メディアも現れるようになった^{xv}。このことにより、調査当時よりも児童がマス・メディアを影響源と答える可能性が高くなると考えられる。

また、調査当時、自分専用の携帯電話を所持している児童、もしくは自由に携帯電話を使える環境にいる児童が少数であった。携帯電話による影響が少ないのは、このためであると思われる。ベネッセの調査によると、小学4年生の携帯電話の所有率^{xvi}は2004年には17.0%であったが¹⁴⁾、2008年には22.0%に上昇した¹⁵⁾。総務省の調査では、日本の携帯電話及びPHSの加入契約数は9648万(2005)、1億1205万(2008)、1億2071万(2010)¹⁶⁾と年々増加の一途を辿っていることから、児童の携帯電話所有率も彼らが行う携帯電話でのコミュニケーションも、現在ではさらに増加していると推察される。児童が接触する情報源が多様になっているということである。

- 1) 松田薫. 「血液型と性格」の社会史－血液型人類学の起源と展開. 改訂第二版, 河出書房新社, 1994, 370p.
- 2) 青少年委員会. “「見解」「提言」などについて.” BPO. http://www.bpo.gr.jp/youth/decision/001-010/006_blood.html, (参照 2011-8-10).
- 3) Jamais Jamais. 『B型 自分の説明書』. 文芸社, 2007, p118.
- 4) “2008年 年間ベストセラー 総合.” TOHAN website. http://www.tohan.jp/cat2/year/2008_1/, (参照 2011-8-10).
- 5) Yoree Koh. “‘It’s My Blood Type’: Gaffe Minister Goes Quickly-Japan Real Time-.” WSJ. <http://blogs.wsj.com/japanrealtime/2011/07/05/its-my-blood-type-gaffe-minister-goes-quickly/>, (参照 2011-7-29).
- 6) John Crace. “What does your blood type say about you? | World news.” The Guardian. <http://www.guardian.co.uk/world/2011/jul/05/blood-type-say-about-you>, (参照 2011-8-11).
- 7) 長谷川芳典. 血液型と性格. 長崎大学医療技術短期大学部紀要, 1, 1987, p.77-89.

^{xv} 書籍に関しては緒言を参照のこと。テレビ番組については、2008年12月に血液型性格分類をテーマにしたバラエティトーク番組『踊る!さんま御殿!!』が、2009年にテレビドラマ『血液型別 オンナが結婚する方法』が放映されるなどしている。

^{xvi} 自分専用の携帯電話を持っている比率をあらわす。つまり、携帯電話を家族と共用している者は除かれている。

- 8) 村上幸史. 占いの予感が「的中」するとき. 社会心理学研究, 21(2), 2005, p.133-146.
- 9) 伊藤哲司. 特別企画：子どもたちは占い・血液型性格判断をどう捉えているか①, 非科学情報にあふれた生育環境. 児童心理, 669, 1996, p.126-134.
- 10) 佐藤達哉. 血液型性格判断、星占いを信じやすい性格があるか. 児童心理, 649, 1995, p.112-121.
- 11) Everett M. Rogers. Diffusion of Innovations (3rd Edition). 1982, イノベーション普及学. 青池慎一, 宇野善康監訳. 産能大学出版部, 1990, 568p.
- 12) 田崎篤郎, 児島和人編著. マス・コミュニケーション効果研究の展開. 新版, 北樹出版, 1996, 169p.
- 13) “血液型の知識.” 日本赤十字社.
<http://www.jrc.or.jp/blood/knowledge/tipe/index.html>, 参照 2011-8-24.
- 14) 木村治生. “第1回子ども生活実態基本調査 調査報告書 第4章 学年別にみる生活の特徴.”
ベネッセ. http://benesse.jp/berd/center/open/report/kodomoseikatu_data/2005/pdf/1kodomoseikatu_data12.pdf, (参照 2011-8-11).
- 15) 野村徳之, 佐藤暢子. “子どものICT利用実態調査 調査報告書 第1章 携帯電話の利用.”
http://benesse.jp/berd/center/open/report/ict-riyou/hon/pdf/data_05.pdf, (参照 2011-8-11).
- 16) “電気通信サービスの加入契約数等の状況（平成22年12月末）.”
総務省. http://www.soumu.go.jp/main_content/000102879.pdf, (参照 2011-8-11).